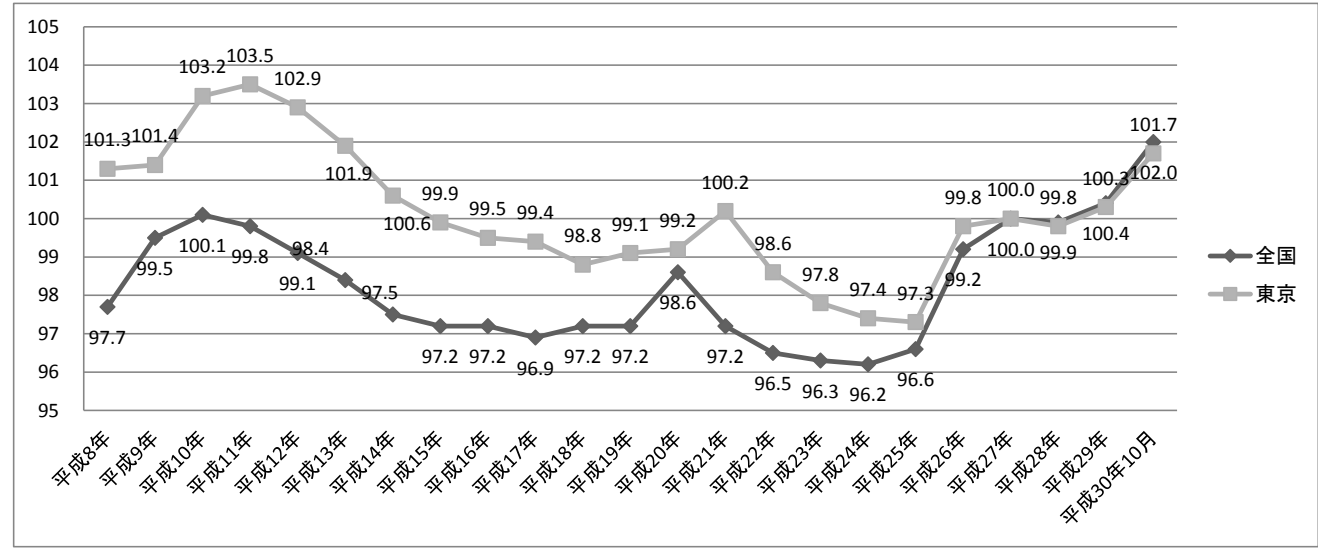


年月	消費者物価指数		対前年増減率(%)	
	全国	東京	全国	東京
平成8年	97.7	101.3	—	—
平成9年	99.5	101.4	1.8	0.1
平成10年	100.1	103.2	0.6	1.8
平成11年	99.8	103.5	△ 0.3	0.3
平成12年	99.1	102.9	△ 0.7	△ 0.6
平成13年	98.4	101.9	△ 0.7	△ 1.0
平成14年	97.5	100.6	△ 0.9	△ 1.3
平成15年	97.2	99.9	△ 0.3	△ 0.7
平成16年	97.2	99.5	0.0	△ 0.4
平成17年	96.9	99.4	△ 0.3	△ 0.1
平成18年	97.2	98.8	0.3	△ 0.6
平成19年	97.2	99.1	0.0	0.3
平成20年	98.6	99.2	1.4	0.1
平成21年	97.2	100.2	△ 1.4	1.0
平成22年	96.5	98.6	△ 0.7	△ 1.6
平成23年	96.3	97.8	△ 0.2	△ 0.8
平成24年	96.2	97.4	△ 0.1	△ 0.4
平成25年	96.6	97.3	0.4	0.5
平成26年	99.2	99.8	2.6	2.5
平成27年	100.0	100.0	0.8	0.2
平成28年	99.9	99.8	△0.6	△ 0.2
平成29年	100.4	100.3	1.0	0.5
平成30年10月	102.0	101.7	1.6	1.4

※平成27年を指数100とする



【消費者物価指数】
消費者物価指数とは、消費者が購入するモノやサービスなどの物価の動きを把握するための統計指標で、総務省から発表されている数値をいう。
消費者物価指数の変化をもって物価の変動を見ることができるので、消費者物価指数は、国民の生活水準を示す指標のひとつになっている。
また、物価は、国民のお金回りが良くなり、モノを買う人が多くなれば上昇率が高まり、逆にお金回りが悪くなり、モノを買う人が少なくなると、上昇率が下降する傾向にあるため、その物価の変動がわかる消費者物価指数はさまざまな国内の経済政策を決める上で、非常に重要な指数として使われている。